

**Язык казахстанских СМИ как объект исследования
в рамках специального семинара**
медиатекст, медиажанр, интервью, интенция

Язык средств массовой информации, предназначенный для широкой аудитории, обладающий многообразными средствами информирования и воздействия, «выдвигается в центр национального языка» [Солганик 2012: 8]. Его относят сегодня к одной из основных форм существования языка и определяют как обобщенную модель, совокупный образ национального языка. «Тексты массовой информации, или медиатексты, являются одной из самых распространенных форм современного бытования языка, а их совокупная протяженность намного превышает общий объем речи в прочих сферах человеческой деятельности. При этом корпус текстов, ежедневно производимых и передаваемых по каналам СМИ, продолжает постоянно увеличиваться» [Добросклонская 2008: 5]. Выступая в роли своеобразной модели национального языка, язык СМИ активно воздействует на литературную норму, языковые вкусы и предпочтения.

Вполне объясним тот факт, что язык СМИ, обладающий мощной силой воздействия на общественное сознание, является объектом исследования ученых разных отраслей знания. Его изучение вполне оправдано и в учебных целях. Так, среди предлагаемых студентам филологического факультета Казахстанского филиала МГУ специальных семинаров различной проблематики есть спецсеминар «Язык и дискурс СМИ как объект лингвистического исследования», в рамках которого изучается язык казахстанских и российских СМИ, анализируется роль языка СМИ в поликультурном пространстве Казахстана. Один круг вопросов, предлагаемых для рассмотрения, объединяется в «Проблемы современного русского языка в зеркале СМИ». Другой – с учетом приписываемой языку СМИ «функции ориентации и концептуализации действительности» – предполагает обсуждение того, «какой мир репрезентирует язык СМИ, какие ценности он отстаивает».

По общему мнению, в зеркале СМИ отчетливо отражаются проблемы современного русского языка. Языковые изменения, характеризующие русский язык новейшего времени, рассматриваются с учетом общих черт, характерных для языка массовой коммуникации, в первую очередь такой его особенности, как «количественное и качественное усложнение конкретных сфер речевой коммуникации (устная публичная речь, разговорная письменная речь, специфика языка телевидения, Интернет-коммуникация)» (М.Н.Володина).

При определении проблематики спецсеминара учитывалось развитие новой лингвистической дисциплины – медиалингвистики, предметом которой является «изучение функционирования языка в сфере массовой коммуникации» [Добросклонская 2011: 63]. В качестве основной категории медиалингвистики выступает категория медиатекста. Подчеркнем известное положение о том, что одним из классифицирующих параметров текста является жанр. Не существует единого подхода к классификации медиажанров, однако в последние годы в медиасфере исследователи считают важнейшим жанрообразующим признаком коммуникативное намерение, а сами медиажанры предлагают характеризовать с учетом их интенциональной доминанты. По мнению Т.В.Шмелевой, можно определять медиажанры, учитывая иерархию интенций и выявляя их интенциональную доминанту, при этом она предлагает отмечаемую полиинтенциональность медиажанров выразить формулой «информирование + ...», поскольку информирование – это основная интенция медиасферы [Шмелева 2014: 53].

В рамках спецсеминара основным объектом исследования являются публицистические тексты, занимающие в медийной коммуникации особое место. Публицистический текст рассматривается «как целенаправленное социальное действие», он «включается в идеологическую коммуникативную ситуацию и является составной частью публицистического дискурса, понимаемого как воздействующий (персуазивный) тип дискурса» [Клушина 2011: 144]. С учетом иерархии интенций при наличии «генеральной» для медиасферы интенции информирования, доминантой публицистического медиатекста являются интенции убеждения и побуждения, которые реализуются только при проявлении интенции «разъяснять с опорой на анализ и оценки».

Осмысление текстов СМИ вырабатывает у студентов понимание того обстоятельства, что в языковой деятельности СМИ происходит становление новой функции самого языка – коммуникативно-когнитивной, суть которой проявляется в том, что «посредством информирования осуществляется управление коллективным адресатом, т.е. контролирование поведения огромных масс людей» [Кубрякова 2004: 155].

Интервью – один из самых востребованных в настоящее время медийных жанров – чаще всего было предметом обсуждения в рамках спецсеминара. Этот традиционный жанр публицистики в современную эпоху претерпел ряд изменений, что обусловлено в первую очередь актуализацией в нем личностного начала: информация о том или ином событии подается через призму индивидуального мнения интервьюируемого, что свидетельствует о принадлежности этого жанра к разряду аналитических.

В современном понимании интервью предстает как «один из самых распространенных типов устного публичного диалога», для которого характерны такие признаки, как «публичность, официальность, наличие определенной цели, обращенность к адресату» [Голанова 2000: 252]. При сохранении традиционного вопросно-ответного построения интервью в качестве отличительного признака этого жанра характеризуется наличием «второго («двойного») адресата», то есть массовой аудитории, чему жанр интервью обязан именно СМИ. Обращенность информации к широкой аудитории, массовому адресату накладывает отпечаток на саму форму интервью, на статусно-ролевые отношения коммуникантов, сказывается на способах аргументации, на выборе коммуникативных стратегий и тактик, а также языковых средств.

В современных СМИ представлены разнообразные модификации инварианта интервью. Для специального рассмотрения студентам предлагались тексты интервью с Олжасом Омаровичем Сулейменовым, занимающие значительное место в общественно-политическом дискурсе известного казахстанского поэта, ученого, общественного деятеля. Эти медиатексты как явились материалом для собственно лингвистических наблюдений, так и рассматривались в коммуникативно-прагматическом и когнитивном аспектах, для характеристики мотивационного и содержательно-смыслового аспекта типовой интенции этого медиажанра, для характеристики некоторых особенностей языковой личности интервьюируемого.

Все интервью с О.Сулейменовым относятся к той разновидности этого жанра, которая совмещает характеристику интервьюируемого и обсуждение проблемы: «герой на фоне проблемы или проблема сквозь призму характера героя». С учетом целей и задач, а также форм организации интервью с О.Сулейменовым их можно отнести к медиатекстам аналитического типа, поскольку в них содержатся не только и не столько ответы на вопросы «Кто?, Что?, Где?, Когда?, сколько ответы Почему?, Каким образом?, Что это значит?» (А. А. Тертычный). В проанализированных интервью можно обнаружить все основные типы интенций, характерные для медиасферы: интервьюируемый не только и не столько информирует, сколько разъясняет, анализируя и давая оценки, убеждает, «рационально и эмоционально воздействуя», при-

влекать внимание к проблеме, побуждает к совместному ее решению [Шмелева 2014: 52].

Через тексты интервью проявляется языковая личность интервьюируемого, поэтому анализируемые интервью послужили материалом для выявления некоторых характеристик языковой личности О.Сулейменова. По справедливому мнению, «различные речевые жанры в разной степени пригодны для изучения языковой специфики личности» [Гиндин 1989: 63]. Однако именно в жанре интервью, в котором, естественно, проявлены лишь некоторые особенности языковой личности, как и ее речевые предпочтения, достаточно ярко отражаются мировоззренческие установки интервьюируемого.

Авторское начало О.Сулейменова отчетливо реализовано в его речевых характеристиках, которые выявляют такие конкретно-индивидуальные особенности его личности, как умение четко представлять и отстаивать свою позицию, что может быть расценено как сознательный выбор именно подобной стратегии общения в форме публичного диалога. Эта особенность проявляется на уровне модальных характеристик его речи, прежде всего, отражается в модальности мнения как иллюкативной модальности. Информировующее воздействие как основная интенция, свойственная в целом коммуникации в медийной сфере, в текстах интервью находит выражение в использовании различных показателей достоверности, в том числе модальных слов, глаголов пропозиционального отношения: *я считаю, я думаю, я уверен, я убеждаюсь*, в форме специального подчеркивания высокой степени достоверности индивидуально-личностного мнения интервьюируемого в отношении к предмету обсуждения (*Вот это моя позиция; Это мое глубокое убеждение*). Интенция убеждения находит воплощение и в высказываниях с модальным значением долженствования и необходимости. Среди используемых модальных предикатов *должен, надо, следует, необходимо* предпочтение отдается *должен*: в высказываниях с *должен* в большей степени, чем с другими модальными маркерами, передается безальтернативное превращение потенциального действия в актуальное. О.Сулейменов отчетливо проявляет авторское «Я», что также можно считать реализацией стратегии самопрезентации как одного из признаков этого жанра, но использует и инклюзивное «Мы» и лексемы совместности, которые относятся к специализированным вербальным знакам интеграции: это маркеры «своих», позволяющие автору отождествлять себя со всеми гражданами своей страны, «апеллировать к общей национальной принадлежности».

Студенты при описании языковой личности интервьюируемого через призму его речевых предпочтений обнаруживают яркую рефлексивную составляющую личности О.Сулейменова, представленную как в научной, так и в обыденной метаязыковых разновидностях. Рефлексивные контексты, опосредованно отражающие «болевы точки» лингвокультурного пространства Казахстана, никогда не бывают беспристрастными, они всегда содержат оценку, производную от мировоззренческой установки говорящего. Многие ключевые слова, в целом характерные для любого современного национального лингвокультурного пространства (*Родина, патриотизм, патриот, нация, национализм, интернационализм, народ, гражданин*), оказываются в фокусе метаязыкового внимания О.Сулейменова. Активная жизненная позиция О. Сулейменова проявляется в открытом обсуждении таких непростых для современной эпохи понятий, как *независимость, полная независимость, патриотизм, национал-патриотизм, интернационализм*, в его заявлениях о том, что *патриотизм – самая доступная из религий. Особенно этнический патриотизм. Подлинным патриотом Казахстана может быть только интернационалист* (<http://inform.kz/rus/article/2718146>). Метаязыковые контексты О.Сулейменова проявляют концептуальный смысл, который скрывается за комментируемыми языковыми единицами. Несомненно, находит отклик у студентов следующий комментарий

О.Сулейменова: *Хорошо бы помочь разобраться молодым в сути терминов «патриотизм» и «гражданство». Рассматривая их не по отдельности, а вместе, и не как крайние противоположности* (<http://camonitor.com/13468-esche-raz-k-voprosu-ogosudarstvennosti.html>). Обсуждаемые номинации, обладающие референциальной неопределенностью, приводят к широкому разбросу в интерпретациях и, следовательно, нуждаются в комментировании, то есть в прояснении авторской позиции. Как показывает обсуждение этих ключевых слов, в которое втянуты и студенты, оценивающие метакомментарии к приведенным словам, обычно уточняется не их лексическая семантика, а идеологическая составляющая этих понятий. Об этом постоянно напоминает О.Сулейменов, предлагая выяснить *наше казахстанское отношение к знаковым понятиям «демократия», «независимость», «свобода», которые за последние четверть века прошли нелегкие испытания и у нас, и в нескольких некогда братских республиках. Результаты лишили универсальной однозначности значения слов этих* (<http://camonitor.com/13468-esche-raz-k-voprosu-ogosudarstvennosti.html>).

Для О.Сулейменова совершенно органичным является внимательнейшее отношение к фактам родного языка. Однако за оценкой их языковой стороны всегда скрываются суждения о мире, мировоззренческие установки личности интервьюируемого. См., например: *Я не знаю другого из его эпохи, кто бы пожелал такое: «Человек из моего седьмого колена пусть будет билге». Слово «билге» на древнетюркском означало «всезнающий». Этого слова, к сожалению, давно уже нет в казахском языке. Он завещал своим потомкам добиваться не богатства, не власти, не званий, но знаний, и в этом я вижу особый смысл его завета.* Показателен для рефлексии составляющей языковой личности ученого, яркого публициста вывод: *Я еще раз убеждаюсь в том, что мы часто спорим, не совсем понимая предмета спора. Не договорившись о терминах* (<http://www.zakon.kz/4655054>). Важно то, что студенты не только комментируют представленные в медийных текстах метаязыковые высказывания, но и сами в качестве носителей обыденного языкового сознания могут выступать как авторы комментариев по поводу той или иной языковой единицы, ее вербальной стороны, а также явления, названного ею. Оцениваемые факты речи проявляют отношение к обсуждаемой проблеме. Студенты убеждаются в том, что в метаязыковой рефлексии отражается национально-культурная специфика языкового сознания. Следовательно, вполне закономерно, что язык СМИ, определяющий во многом современную социально-психологическую и языковую ситуацию в любом обществе, предстает как весьма важный объект исследования при подготовке специалистов широкого гуманитарного профиля, в первую очередь, филологов, и имеет все основания быть включенным в учебный процесс.

Литература

Гиндин С.И. Биография в структуре писем и эпистолярного поведения / С.И.Гиндин // Язык и личность. – М.: Наука, 1989. – С.63-77.

Голанова Е. И. Публичный диалог вчера и сегодня (коммуникативно-речевая эволюция жанра интервью / Е.И.Голанова // Русский язык сегодня. Вып. 1. – М.: Азбуковник, 2000. – С.251-259.

Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г.Добросклонская. – М., 2008. – 203 с.

Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: новая парадигма в изучении языка СМИ / Т.Г.Добросклонская // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке. – М.: Академический Проект, 2011. – С.63-72.

Клушина Н.И. Коммуникативная стилистика публицистического текста / Н.И.Клушина // Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке. – М.: Академический Проект, 2011. – С.144-154.

Кубрякова Е.С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности / Е.С.Кубрякова, Л.В.Цурикова // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. – М.: Изд. Моск. ун-та, 2004. – С.126-159.

Солганик Г.Я. Введение / Г.Я.Солганик // Язык СМИ и политика. – М.: Изд. Моск. ун-та, 2012. – С.8-26.

Шмелева Т.В. Современная медиапрактика с позиций теории речевых жанров / Т.В.Шмелева // Медиалингвистика. Вып. 3. Речевые жанры в массмедиа. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2014. – С.51-54.